

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Komunikasi merupakan suatu yang tidak bisa dihindari di dalam kehidupan sehari-hari manusia. Komunikasi adalah suatu proses mengirim atau menerima pesan diantara dua orang atau lebih dan saling timbal balik. Pengertian komunikasi menurut **Lasswell** komunikasi adalah “proses yang menjelaskan siapa dan apa yang dikatakan, menggunakan saluran atau media apa pesan di kirim, kepada siapa pesan itu disampaikan, lalu akibat atau hasil apa yang diperoleh? (*Who? Says what? In which channel? To whom? With what effect?*)”.¹ Manusia selalu melakukan kegiatan interaksi baik itu interaksi dengan dirinya sendiri maupun berinteraksi dengan banyak orang, dalam berinteraksi mereka dapat menggunakan komunikasi secara lisan maupun secara non-lisan secara verbal maupun non-verbal. Dari pengertian diatas munculah beberapa komunikasi seperti komunikasi antar-pribadi, komunikasi intra-pribadi, komunikasi massa, dan komunikasi kelompok. Selain dari jenis-jenis komunikasi tersebut dapat dikelompokan lagi berdasarkan bentuknya yaitu komunikasi sosial, komunikasi antar budaya, komunikasi organisasi, komunikasi politik, komunikasi bisnis, komunikasi pembangunan, dan lain sebagainya.² Melakukan komunikasi adalah salah satu kunci dari semua kehidupan di dunia. Bertemunya manusia dengan manusia lainnya tanpa melakukan komunikasi tidak akan menghasilkan pergaulan hidup dalam kelompok sosial. Pergaulan hidup akan tumbuh

¹ Wiryanto, “*Pengantar Ilmu Komunikasi*”, Jakarta: PT. Gramedia Widiasarana Indonesia, 2004 hal. 17.

² Taufik, “*Peran Warung Kopi Sebagai Sarana Komunikasi Sosial Masyarakat Kampus Institut Agama Islam Negeri(IAIN) Syekh Nurjati Cirebon*”, skripsi, (Cirebon: IAIN, 2013), Hal. 02.

apabila orang atau kelompok manusia bekerja sama saling berinteraksi untuk mencapai suatu tujuan bersama, adanya pertikaian dan persaingan itu bisa dikatakan hubungan interaksi sosial yang dinamis.

Komunikasi sosial merupakan cabang dari komunikasi interpersonal, komunikasi interpersonal adalah kecakapan seorang individu yang harus dibawa dalam melakukan interaksi dengan individu atau kelompok, dan ketika melakukan interaksi dilakukan secara tatap muka secara langsung. Komunikasi sosial menurut Oteng Sutisna adalah “suatu proses interaksi yang dilakukan antara individu atau sekelompok individu dalam organisasi yang bermaksud untuk mempengaruhi perilaku orang dan kelompok di dalam suatu organisasi”. Komunikasi sosial merupakan isyarat bahwa komunikasi sangatlah penting untuk membangun suatu konsep diri, dan aktualisasi diri untuk kelangsungan hidup, dan memperoleh kebahagiaan, terhindar dari tekanan dan ketergantungan.³ Ada dua alasan yang melatarbelakangi suatu komunikasi yang efektif dan penting bagi interaksi antar individu atau masyarakat. Pertama dalam proses pelaksanaan interaksi sosial sangat membutuhkan suatu komunikasi, kedua manusia merupakan makhluk sosial, dimana kegiatan yang dilakukan kebanyakan mencurahkan sebagian besar waktunya untuk berinteraksi dengan anggota atau masyarakat lain. Proses komunikasi sangat memungkinkan tiap orang menjalankan kegiatannya, sangat jarang seseorang duduk sendirian memikirkan sejumlah persoalan untuk memunculkan ide ide atau gagasan-gagasan baru dan merenungkan alternatif pengambilan keputusan dalam menjalani kehidupan.

Dunia perkuliahan merupakan tahapan di mana para mahasiswa berusaha untuk meraih masa depannya melalui ruang perkuliahan dan lapangan non-akademik. Kampus merupakan tempat dimana mahasiswa

³ Agus M. Hardjana, “*Komunikas Intrapersonal dan Interpersonal*”, Yogyakarta: Kanisius, 2003 hal. 85.

di latih dan dibimbing untuk menjadi manusia yang berkualitas dan mampu untuk mengembangkan kemajuan pembangunan negeri ini. Perkuliahan tidak dapat hanya dipandang sebagai area belajar akademis semata, tetapi didalam ruang perkuliahan ada pula panggung politik serta budaya yang beragam sesuai dengan latar belakang mahasiswa itu sendiri.

Tidak sedikit mahasiswa di sela-sela waktu senggangnya menghabiskan waktu di sebuah warung kopi. Baik itu sendiri ataupun bersama teman-teman sesama mahasiswa lainnya, akan tetapi tidak sedikit dari mereka yang sengaja tidak masuk kuliah dan pergi ke sebuah warung kopi. Entah itu dengan alasan tidak suka terhadap mata kuliahnya atau kurang suka dengan dosen yang mengajar di waktu itu, dan lebih memilih diskusi atau hanya sekedar ngobrol bersama mahasiswa lainnya di warung kopi. Secara umum, kegemaran mahasiswa kumpul dan berdiskusi di warung kopi merupakan suatu hal yang wajar. Dikatakan wajar karena pada hakikatnya mahasiswa juga manusia, dan manusia merupakan makhluk sosial dan kebutuhan utama makhluk sosial adalah melakukan interaksi sosial. Alat yang digunakan untuk berinteraksi sosial tersebut adalah komunikasi. Salah satunya warung kopi bisa menjadi sarana komunikasi sosial dan sebagai media perantara dalam melakukan interaksi sosial. Budaya dan komunikasi merupakan dua hal yang tidak dapat dipisahkan, budaya dapat mempengaruhi pola pikir, prilaku dan tata cara berkomunikasi antar individu, begitu pula dengan komunikasi yang menjadi alat untuk mengelola dan mensosialisasikan serta menyampaikan budaya dari generasi ke generasi lainnya.

Kampus IAIN Tulungagung yang berada di Jl. Mayor Sujadi No.46, Kudus, Plosokandang, Kec. Kedungwaru, Kabupaten Tulungagung, Jawa Timur dengan kode pos 66221. Banyak terdapat warung kopi yang menjadi tempat bersantai, diskusi, atau sekedar ngobrol ringan masyarakat sekitar kampus. Nilai kebebasan mahasiswa

mengutarakan suatu pendapat merupakan suatu daya tarik utama untuk membuat mahasiswa menghabiskan sebagian waktunya di sebuah warung kopi. Mahasiswa IAIN Tulungagung khususnya fakultas ushuluddin adab dan dakwah memiliki budaya komunikasi yang khas. Budaya ngopi sudah berjalan sejak pertama kali fakultas ushuludin adab dan dakwah di bentuk di IAIN Tulungagung. Hal inilah yang mendasari kuatnya komunikasi antar mahasiswa fakultas Ushuluddin adab dan dakwah baik itu mahasiswa baru ataupun mahasiswa lama. Ngopi adalah salah satu hal wajib yang dilakukan oleh hampir seluruh mahasiswa fakultas ushuludin adab dan dakwah untuk mempererat komunikasi mereka.

Disisi lain mahasiswa fakultas ushuludin adab dan dakwah sangat beragam entah itu dari sisi hobi, kepandaian, maupun bahasa. Disinilah mahasiswa fakultas ushuludin adab dan dakwah memperkuat komunikasi mereka dengan kumpul atau berdiskusi bersama di salah satu warung kopi yang memiliki jarak dekat dan dapat di tempuh oleh mahasiswa fakultas adab dan dakwah. Warung kopi merupakan wahana untuk sekedar berdiskusi membicarakan tentang tugas maupun materi yang telah di pelajari ketika jam kuliah berlangsung. Tidak selalu untuk berdiskusi terkadang Ngopi juga digunakan dalam komunikasi ketika bermain sebuah game, atau sekedar berbagi pengetahuan yang telah di dapat ketika mengikuti suatu seminar atau pelatihan.

Ngopi di warung kopi merupakan salah satu kegiatan yang cocok untuk berkumpul dan bercengkrama antar mahasiswa fakultas ushuluddin adab dan dakwah. Tempat untuk berbagi dan bertukar ide di dalam suatu masalah yang sedang hangat hangatnya dibicarakan. Dengan tujuan untuk mempererat komunikasi diantara mahasiswa fakultas ushuludin adab dan dakwah. Untuk memperkuat komunikasi mahasiswa khususnya fakultas ushuluddin adab dan dakwah memiliki banyak cara dan tradisi ngopi adalah salah satu cara yang efektif untuk mempererat komunikasi diantara mahasiswa fakultas ushuludin adab dan dakwah dan terus

menerus diwariskan kepada mahasiswa baru fakultas ushuludin adab dan dakwah. Manusia dan kebudayaan tidak bisa di pisahkan, karena manusia merupakan faktor pendukung kebudayaan terjadi, kebudayaan yang dimiliki manusia tersebut akan terus menerus di wariskan kepada anak cucu penerusnya. Tidak hanya kepada anak cucu mereka tetapi kebudayaan dapat juga diwariskan kepada manusia lain melalui komunikasi karena diharapkan manusia yang meneruskan mampu mengembangkan gagasannya dalam bentuk lambang vokal berupa bahasa, selain itu juga dapat dikomunikasn melalui kepandaian berbicara dan menulis.

Seperti halnya di warung kopi Bagong, kebanyakan pengunjung yang sering datang adalah mahasiswa. Di warung kopi Bagong mereka tidak hanya sebatas berkumpul dan ngopi, tetapi banyak hal-hal yang bisa didapat. Duduk sembari ditemani segelas kopi dapat dibukanya wawasan yang luas mengenai kehidupan yang mungkin tidak ada pada bangku perkuliahan yang di ikuti. Melalui obrolan-obrolan singkat dapat membentuk mahasiswa yang mungkin dulunya kurang bisa berkomunikasi dengan teman sepergaulan bisa menjadi lebih sosialis dan akrab, karena di warung kopi ada media yang membantunya.

Fenomena ngopi dan menghabiskan waktu di warung kopi ini juga telah menjadi budaya masyarakat tulungagung. Berkembangnya warung kopi dengan merk lokal di tulungagung pun kian marak dari waktu ke waktu. Di desa plosokandang misalnya, kehadiran warung kopi di tulungagung sangat terkait dengan salah satu budaya masyarakat tulungagung, yaitu budaya nyethe (mengoleskan endapan sisa kopi ke sebatang rokok) tradisi nyethe sudah dimulai sejak sekitar tahun 1978-1980an.⁴ Cethe(edapan wedhang kopi) adalah bahan utama yang digunakan dalam kegiatan nyethe, nyethe adalah salah satu kegiatan yang dilakukan oleh beberapa mahasiswa IAIN Tulungagung sembari

⁴ FD Sholihah, “Analisis Persaingan Usaha Antara Warung Kopi Modern Versus Warung Kopi Tradisional di Kabupaten Tulungagung”, Skripsi (Tulungagung :2019). Hal 60.

merokok didalam obrolan diskusi. Di kalangan mahasiswa tidak sedikit yang berasal dari luar Kabupaten Tulungagung yang pandai dalam budaya kesenian nyethe.

Salah satu warung kopi yang banyak dikunjungi oleh mahasiswa adalah warung kopi Bagong. Yang terletak di Jl. M.T. Haryono Gg II, Kudus, Plosokandang, Kec. Kedungwaru, Kabupaten Tulungagung, Jawa Timur 66229. Warung kopi Bagong secara umum sama seperti warung kopi-warung kopi yang berada di sekitaran kampus IAIN Tulungagung yang menyediakan hidangan yang berupa kopi dan minuman lainnya. Mahasiswa dapat dengan leluasa untuk nongkrong sembari mengobrol membicarakan berbagai hal mulai dari masalah perkuliahan, isu isu politik, ekonomi, sosial budaya, dll.

B. Rumusan Masalah

1. Bagaimana faktor yang melatarbelakangi warung kopi sebagai wadah dalam interaksi sosial bagi mahasiswa IAIN Tulungagung?
2. Bagaimana efektifitas ngopi sebagai perantara komunikasi mahasiswa IAIN Tulungagung?

C. Tujuan

1. Untuk mengetahui komunikasi yang digunakan oleh mahasiswa di IAIN Tulungagung.
2. Untuk mengetahui dan memahami fenomena budaya ngopi sebagai sarana media interaksi sosial.

D. Manfaat penelitian

Manfaat penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat untuk pembaca agar mengetahui wawasan tentang pola keefektifan ngopi dalam mempererat komunikasi dan tali silaturahmi antar mahasiswa

1. Manfaat Akademik

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberi kontribusi bagi pengembang Ilmu Komunikasi dan Penyiaran Islam guna menyempurnakan dan mengembangkan penelitian ini.

2. Manfaat Praktis

Hasil penelitian ini diharapkan memberikan kesempatan bagi mahasiswa komunikasi untuk mengembangkan ilmu berinteraksinya, sehingga dapat melahirkan generasi peneliti yang peka terhadap fenomena-fenomena yang ada disekitarnya dan komunikasi komunikasi yang berada diluar kampus.

3. Manfaat Kelembagaan

Hasil penelitian diharapkan dapat memberi kontribusi bagi lembaga Institut Agama Islam Negeri dan Fakultas Ushuludin Adab dan Dakwah serta Jurusan Komunikasi Penyiaran Islam dalam memberi materi perkuliahan yang efektif bagi mahasiswa.

4. Manfaat Bagi Peneliti

hasil penelitian ini dapat membantu saya meneliti tentang cara komunikasi di masyarakat luar kampus, dimana di warung kopi bukan hanya mahasiswa yang nongkrong, tapi ada juga masyarakat sekitar kampus IAIN Tulungagung.

E. Batasan Masalah

Batasan masalah dalam penelitian ini adalah tidak mengambil semua presepsi mahasiwa Institut Agama Islam Tulungagung, tetapi hanya berkhusus pada beberapa teman-teman fakultas ushuludin adab dan dakwah semester akhir..

Alasan peneliti mengambil persepsi mahasiswa semester akhir adalah dikarenakan yang datang ke warung kopi adalah mereka yang rata-rata semester akhir yang sedang sibuk-sibuknya mencari inspirasi dan pandangan untuk mengerjakan dan menyelesaikan tugas akhir skripsi atau jurnal.

F. Penelitian Terdahulu

Sebelum penelitian ini dibuat, sudah ada penelitian terdahulu yang dapat menjadi acuan untuk menyelesaikan proposal ini. Berikut penelitian terdahulunya, yaitu:

<i>Referensi/Judul</i>	<i>Peneliti</i>	<i>Tahun Terbit</i>	<i>Isi penelitian</i>	<i>Pebedaan</i>
peran warung kopi sebagai sarana komunikasi sosial masyarakat kampus institut agama islam negeri (Iain) Syekh Nurjati Cirebon ⁵	Taufik	2013	peran warung kopi sebagai sarana komunikasi sosial masyarakat	Penelitian yang dilakukan lebih ke arah bagaimana kehidupan sosial di dalam masyarakat.
Komunikasi Interpersonal dan Kelompok Dalam	Karimuddin	2012	Peningkatan Wawasan Sosial	Meneliti Wawasan tentang

⁵ Taufik, "Peran Warung Kopi Sebagai Sarana Komunikasi Sosial Masyarakat Kampus Institut Agama Islam Negeri(IAIN) Syekh Nurjati Cirebon", skripsi, (Cirebon: IAIN, 2013), Hal. 02.

Peningkatan Wawasan Sosial Keagamaan di Kalangan Pengunjung Warung Kopi (Studi Kasus Pada Warung Kopi di Kota Medan) ⁶			Keagamaan Dikalangan Pengunjung Warung Kopi	keagamaan para pengunjung di Warung Kopi
Perilaku ngopi di kalangan mahasiswa sebagai upaya Manajemen stres mahasiswa ⁷	Fikrotul Azizah	2013	Perilaku ngopi di kalangan mahasiswa sebagai upaya Manajemen stres mahasiswa	Perpedaan terletak di bagian studi kasus yang diteliti.
makna interaksi sosial ngopi di ruang publik ⁸	Sathi'ul Burhan	2016	Makna interaksi sosial ngopi di ruang publik	Penelitian yang dilakukan lebih mengarah ke makna interaksi

⁶ Karimudin, "Komunikasi Interpersonal dan Kelompok Dalam Peningkatan Wawasan Sosial Keagamaan di Kalangan Pengunjung Warung Kopi", Tesis (Kota Medan: 2012).

⁷ Fikrotul Azizah, "Perilaku ngopi di kalangan mahasiswa sebagai upaya Manajemen stres mahasiswa", Skripsi (Jember: 2013).

⁸ Sathi'ul Burhan, "Makna Interaksi Sosial Ngopi di Ruang Publik", Skripsi (Malang :2016).

Dinamika Komunikasi Interpersonal Di Warung Kopi “ <i>Coffee Day</i> ” ⁹	Susiyanti	2017	Meneliti dinamika komunikasi interpersonal di warung kopi	Penelitian yang dilakukan lebih mengarah kepada dinamika komunikasi di warung kopi
---	-----------	------	---	--

G. Kerangka Pemikiran

Peran Warkop sebagai Media Komunikasi

Masyarakat Indonesia, khususnya di tulinagung memiliki kehidupan yang sangat kompleks dan majemuk, kemajemukan ini sejalan dengan realita masyarakat itu sendiri yang sangat beragam. Keanekaragaman itu memunculkan suatu sikap, tindakan, cara berfikir yang berbeda beda diantara masing masing masyarakat dan masing masing mempunyai sifat yang unik. Saat ini warung kopi tidak hanya sebagai tempat masyarakat melepas lelah saat habis beraktifitas mencari nafkah untuk keluarga, namun saat ini warung kopi juga sebagai tempat mahasiswa untuk berdiskusi, berdialog dengan mahasiswa lain. Warkop atau bisa juga disebut warkop dalah media yang sangat efektif untuk kegiatan diskusi,observasi penelitian. Warkop adalah tempat yang cocok untuk mengapreasi suatu pendapat umum yang dilontarkan oleh masyarakat atau mahasiswa. Serta sebagai tempat bertemunya berbagai latar belakang dari manusia sosial yang ada di Indonesia.

⁹ Susiyanti, ”*Dinamika Komunikasi Interpersonal di Warung Kopi Coffe Day*”, Skripsi (Makassar :2017).

Warung kopi Bagong adalah salah satu tempat atau sarana berkumpulnya mahasiswa kampus IAIN Tulungagung dan masyarakat yang memfasilitasi terjadinya interaksi sosial dan komunikasi masing-masing anggota masyarakat yang dilatari bermacam-macam motif dan tujuan sesuai dengan masing-masing individunya. Interaksi sosial memungkinkan mahasiswa berproses sedemikian rupa sehingga membentuk suatu pola hubungan tertentu. Interaksi sosial dapat pula diandaikan dengan apa yang disebut Weber sebagai tindakan sosial individu yang secara subjektif diarahkan terhadap orang lain, komunikasi dalam fungsinya sebagai komunikasi sosial terdiri dari beberapa aspek yaitu pembentukan konsep diri, aktualisasi-diri, untuk kelangsungan hidup, untuk memperoleh kebahagiaan, terhindar dari tekanan dan ketegangan dan memupuk hubungan dengan orang lain. Dengan kata lain seseorang belajar mengenai dirinya sendiri, lingkungan, cara berinteraksi dengan orang lain serta berbagai hal lainnya yang berkaitan dengan hidup melalui komunikasi-komunikasi sosial yang dalam hal ini difasilitasi oleh Warkop Bagong.

Dari satu orang atau lebih yang biasa berkumpul di warung kopi pada akhirnya membentuk suatu komunitas budaya warung kopi. Budaya dan komunikasi mempunyai hubungan timbal balik, seperti dua sisi dari satu mata uang. Budaya menjadi bagian dari perilaku komunikasi, dan pada gilirannya komunikasi pun turut menentukan, memelihara, mengembangkan atau mewariskan budaya dari generasi lama menuju generasi baru. Fungsi komunikasi sosial bisa terbentuk dengan adanya pembentukan diri dalam pembentukan konsep diri, pernyataan eksistensi diri dan untuk kelangsungan hidup, memupuk hubungan dan memperoleh kebahagiaan.

H. Metodologi Penelitian

1. Paradigma Penelitian

Ngopi merupakan suatu kebudayaan yang secara turun temurun dilakukan oleh sebagian masyarakat Indonesia. Dengan adanya ngopi menjadikan suatu bentuk komunikasi sosial yang menjembatani isu-isu terkini yang lagi trend di kalangan mahasiswa ataupun kalangan masyarakat. Pesan yang disampaikan melalui ngopi mencakup segala hal yang lagi hangat-hangatnya dibicarakan. Dengan ngopi itulah komunikasi akan melahirkan sebuah budaya ngopi yang secara perlahan membentuk sebuah kebudayaan.

2. Metode Penelitian

Penelitian ini dilakukan kepada mereka yang berada di warung kopi Bagong Tulungagung yang sedang minum kopi atau minuman lain. Penelitian yang digunakan oleh peneliti adalah penelitian kualitatif. Menurut Moelong, penelitian kualitatif adalah penelitian yang bermaksud untuk memahami fenomena tentang apa yang dialami oleh subjek penelitian misalnya, perilaku, motivasi, tindakan dan lain-lain. Secara keseluruhan, dan dengan menggunakan cara deskriptif dalam bentuk kata-kata dan bahasa, pada suatu konteks khusus yang alamiah dengan memanfaatkan berbagai metode ilmiah. Penelitian kualitatif bertujuan untuk menjelaskan fenomena dengan sedalam-dalamnya melalui pengumpulan data yang sedalam-dalamnya.

Penelitian ini menggunakan metode kualitatif. Dimaksudkan agar pembaca lebih memahami dan mengerti ketika nongkrong di warung kopi bahwasannya dengan secangkir kopi atau minuman lainnya obrolan akan bisa lebih klimaks dan rileks.

3. Fokus Penelitian

Fokus penelitian ini mengarah pada pola komunikasi mahasiswa IAIN Tulungagung yang menggunakan fasilitas warung kopi sebagai

sarana komunikasi untuk lebih mengakrabkan diri dengan masyarakat atau mahasiswa lainnya. Penelitian lebih memfokuskan di area kampus IAIN Tulungagung khususnya mahasiswa Fakultas Ushuludin Adab dan Dakwah semester 6 karena banyak sekali mahasiswa yang menggunakan fasilitas dari warung kopi sebagai sarana berkomunikasi. Selain sebagai sarana komunikasi warung kopi juga digunakan oleh mahasiswa untuk mengerjakan tugas kuliah maupun tugas dari kerja sambil yang dilakukan oleh mahasiswa tersebut.

4. Objek penelitian

Objek penelitian adalah suatu isu, problem atau permasalahan yang akan dibahas, dikaji, dan diteliti dalam riset sosial. Peneliti memilih objek penelitian yaitu mahasiswa yang berada di warung kopi Bagong yang menggunakan fasilitas warung kopi tersebut sebagai media dalam mempererat komunikasi serta interaksi antar mahasiswa. Selain itu kegiatan kumpul-kumpul di warung kopi yang dilakukan oleh mahasiswa yang dilakukan secara terus menerus dalam kurun waktu tertentu akan menimbulkan budaya ngopi dikalangan mahasiswa.

5. Sumber Data

Sumber data adalah cara untuk memperoleh variabel untuk diteliti. Dalam penelitian kualitatif terdapat dua sumber data, yakni sumber data primer dan sumber sekunder.

a. Sumber data primer

Sumber data primer merupakan data yang diperoleh secara langsung didapatkan dimana data itu berada.¹⁰ Sumber data primer dapat diperoleh dengan cara observasi atau wawancara dengan narasumber secara langsung. Adapun dalam penelitian ini, sumber data primer dalam penelitian ini adalah akun *Instagram* Kacamata Tulungagung.

¹⁰ Sugiono, *Op. Cit.* h.222.

b. Sumber data sekunder

Sumber data sekunder adalah data yang digunakan sebagai pendukung dari sumber data primer, bisa berupa literatur (kepuustakaan), dokumentasi, koran, jurnal bahkan penelitian terdahulu yang masih relevan dengan penelitian yang sedang dikerjakan.¹¹ Sumber data sekunder ini pun akan mempermudah peneliti dalam proses analisis ketika penelitian terjadi, yang mana dari data sekunder ini pula akan meningkatkan validitas terhadap data yang sedang diteliti. Adapun dalam penelitian ini, sumber data sekunder yang peneliti gunakan adalah literasi berupa jurnal, buku, penelitian terdahulu bahkan dokumen, dokumen yang relevan dengan data peneliti yakni strategi komunikasi.

6. Teknik Pengumpulan Data

A. Observasi

Observasi adalah salah satu teknik pengumpulan data kualitatif yang dianjurkan untuk mendapatkan data-data deskriptif. Berasal dari kata *observation* yang berarti pengamatan. Hasil observasi berupa aktifitas, kejadian, peristiwa, objek, kondisi atau suasana tertentu dan perasaan emosi seseorang. Observasi dilakukan untuk memperoleh gambaran riil suatu peristiwa atau kejadian untuk menjawab pertanyaan penelitian.

B. Wawancara

Wawancara merupakan metode pengumpulan data yang digunakan untuk memperoleh informasi langsung dan sebenarnya. Pertanyaan dapat berkembang secara kondisional mengikuti alur guna memperoleh informasi yang sebanyak-banyaknya. Wawancara digunakan oleh peneliti untuk memperoleh data berupa penjelasan sebagian mahasiswa yang berada di warung kopi bagong.

C. Dokumentasi

¹¹ *Ibid.*, h.223.

Teknik pengumpulan data dengan dokumentasi. Renier seorang sejarawan dari university college London mengungkapkan ada 3 pengertian teknik dokumentasi yaitu, pertama dalam artian luas, teknik yang meliputi semua sumber tertulis maupun lisan. Kedua dalam artian sempit, meliputi semua sumber tertulis saja. Ketiga dalam artian yang spesifik, hanya meliputi surat perjanjian, undang-undang kosesi, surat-surat resmi, dan sebagainya¹².

7. Teknik Analisa Data

Teknik analisis data juga disebut sebagai pengolahan dan penafsiran data merupakan suatu upaya untuk mencari dan menata secara sistematis catatan hasil observasi dan wawancara untuk meningkatkan suatu pemahaman penelitian tentang kasus yang diteliti dan menyajikan sebagai temuan bagi orang lain. Sedangkan untuk meningkatkan pemahaman tersebut perlu dilanjutkan dengan berupaya mencari makna.

Analisis yang digunakan dalam penelitian ini mengacu pada model analisa data milik Huberman dan Miles yang disebut dengan model interaktif. Model interaktif terdiri dari tiga yaitu:

a. Reduksi Data

Reduksi data merupakan suatu proses pemilihan, pemusatan perhatian pada penyederhanaan, pengabstrakan, transformasi data kasar yang muncul dari catatan-catatan lapangan. Langkah-langkah yang dilakukan adalah menajamkan analisis, menggolongkan atau mengkategorisasikan ke dalam tiap-tiap permasalahan melalui uraian singkat, mengarahkan, membuang yang tidak perlu, dan mengorganisasikan data sehingga dapat ditarik dan

¹² Albi Anggito dan Johan Setiawan, " *Metode Penelitian Kualitatif* ", Sukabumi: CV. Jejak Andri Soemitra, 2018, Hal 145.

diverifikasi. Data yang direduksi antara lain seluruh data mengenai permasalahan penelitian.

Penelitian ini melakukan reduksi data terlebih dahulu, agar data yang sudah dikumpulkan tidak tertumpuk yang dapat mempersulit analisis selanjutnya

b. Penyajian Data

Dalam tahap ini penyajian atau penampilan data diperoleh dari data yang terkumpul dan dianalisis sebelumnya, mengingat bahwa penelitian yang dilakukan adalah kualitatif, maka banyak menyusun teks secara naratif. Penyajian data dilakukan agar hasil bisa terorganisir dan tersusun dalam pola hubungan, sehingga akan mudah dipahami dan dapat merencanakan kerja pada penelitian yang selanjutnya. Pada langkah ini peneliti berusaha menyusun data yang relevan sehingga menjadi informasi yang dapat disimpulkan dan memiliki makna tertentu. Prosesnya dapat dilakukan dengan cara menampilkan data, membuat hubungan antar fenomena untuk memaknai apa yang sebenarnya terjadi dan apa yang perlu ditindak lanjuti untuk mencapai tujuan penelitian.

c. Verifikasi atau Penyimpulan Data

Untuk menetapkan kesimpulan yang memiliki alasan dan tidak lagi berbentuk kesimpulan yang coba-coba, maka verifikasi dilakukan sepanjang penelitian ini berlangsung dan melakukan diskusi dengan subjek penelitian. Apabila diperlukan dapat juga membentuk sebuah kelompok diskusi dengan pihak lain yang dianggap dapat memahami permasalahan penelitian.

Tahap ini merupakan tahap penarikan kesimpulan dari semua data yang telah diperoleh sebagai hasil dari penelitian. Penarikan kesimpulan atau verifikasi merupakan usaha untuk mencari atau memahami suatu makna atau arti, keteraturan,

pola, penjelasan, alur sebab akibat atau proposisi. Kesimpulan awal bersifat sementara dan akan berubah apabila ditemukan adanya bukti-bukti yang kuat dan mendukung pada tahap berikutnya.¹³

8. Uji Keabsahan Data

Dalam pelaksanaan uji keabsahan data didasari atas beberapa kriteria tertentu. Peneliti dalam meneliti kajian ini menggunakan triangulasi. Triangulasi merupakan cara untuk menentukan keabsahan data yang dilakukan dengan kombinasi beberapa sudut pandang atau pembandingan yang sering digunakan untuk menguatkan data, teknik ini diklaim dapat memberikan gambaran yang lebih lengkap. Triangulasi adalah pengecekan data dari berbagai sumber untuk dijadikan pembandingnya. Menurut **Dwidjowinoto** dalam **Kriyantono**, ada beberapa macam triangulasi yaitu:

a. Triangulasi Sumber

Membandingkan atau mengecek ulang derajat kepercayaan suatu informasi yang diperoleh dari sumber yang berbeda. Misalnya membandingkan hasil pengamatan dengan wawancara.

b. Triangulasi Waktu

Berkaitan dengan perubahan suatu proses dan perilaku manusia, karena perilaku manusia dapat berubah setiap waktu. Karena itu observasi dilakukan tidak hanya satu kali untuk mengetahui proses atau perubahan perilaku responden.

c. Triangulasi Teori

Memanfaatkan dua atau lebih teori untuk diadu atau dipadu. Untuk itu diperlukan rancangan riset, pengumpulan data, dan analisis data yang lengkap supaya hasilnya komprehensif.

d. Triangulasi Metode

¹³ Mathew B. Miles dan Michael Huberman, "*Analisis Data Kualitatif*", Jakarta: UI Press, 2007, Hal. 247.

Usaha untuk mengecek keabsahan data atau mengecek keabsahan temuan riset. Triangulasi metode dapat dilakukan dengan menggunakan lebih dari satu teknik pengumpulan data untuk mendapatkan yang sama.

Triangulasi tersebut dilakukan untuk menjamin bahwa data yang dikumpulkan telah mempresentasikan fenomena yang menjadi fokus penelitian yang akan diteliti.¹⁴

9. Teknik Penyajian Data

Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif deskriptif, yaitu penelitian yang dilakukan dengan menggunakan pendekatan yang diperoleh dari hasil data deskriptif yang dapat berupa data tertulis maupun lisan dari responden. Penelitian ini dimaksudkan untuk pembaca agar dapat memberikan suatu makna atas karya yang dibacanya, kemudian memicu timbulnya pemaknaan yang dapat disimpulkan berdasarkan latar belakang budaya maupun dalam kehidupan sosial sehingga dapat diketahui reaksi atau tanggapan terhadapnya. Tanggapan tersebut memiliki dua sifat, yang pertama bersifat pasif, yaitu seseorang dapat memahami suatu karya tertentu, yang kedua adalah bersifat aktif, yaitu bagaimana khalayak dapat merealisasikannya.

Penyajian data yang akan digunakan oleh peneliti adalah penyajian kualitatif, maka penyajian datanya secara deskriptif dan mengelompokkannya dalam beberapa kelompok sesuai dengan kategori, atau mungkin juga menggunakan beberapa kesimpulan agar memudahkan pembaca dalam mengelola dan menganalisis data tersebut secara terperinci.

¹⁴ Rachmat Kriyanto, "*Teknik Praktis Riset Komunikasi*", Jakarta: Kencana Perdana Media Group, 2009, Hal. 09.